



## ABSTRAK

### **PENGARUH IKLAN TELEVISI DAN *CELEBRITY ENDORSER* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK SUNLIGHT (Pada Ibu Rumah Tangga Di Sungai Jalau Kecamatan Kampar Utara)**

**SRI YUMNA**

**11471202107**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Iklan Televisi dan *Celebrity Endorser* memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen produk sunlight pada Ibu Rumah Tangga Di Sungai Jalau Kecamatan Kampar Utara. Penelitian ini dilaksanakan di Sungai Jalau Kecamatan Kampar Utara dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Analisis yang digunakan yaitu deskriptif kuantitatif dengan metode regresi linier berganda. Hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan didapatkan persamaan regresi linier berganda  $y = 0,562 + 0,309 + 0,600 + e$ .  $F_{hitung}$  sebesar  $21.603 > F_{tabel}$  sebesar 3,09 dengan signifikan probabilitas sebesar  $0,000 < 0,050$ , artinya adalah iklan televisi dan celebrity endorser memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen produk Sunlight pada Ibu Rumah Tangga Di Sungai Jalau Kecamatan Kampar Utara. Iklan televisi ( $X_1$ ) terhadap minat beli ( $Y$ ) menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  (2.358)  $> t_{tabel}$  (1,984). Pengaruh celebrity Endorser ( $X_2$ ) terhadap minat beli ( $Y$ ) menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  (4.367)  $> t_{tabel}$  (1,984). Nilai R berarti terdapat hubungan antara iklan televisi dan *celebrity endorser* terhadap minat beli konsumen produk sunlight pada ibu rumah tangga di sungai jalau kecamatan kampar utara sebesar 0,555 atau mendekati angka 1. Nilai R Square berarti variabel minat beli dapat dijelaskan oleh variabel iklan televisi dan celebrity endorser sebesar 30,8% dan sisanya sebesar 69,2% dipengaruhi oleh variabel lain.

**Kata kunci : Iklan Televisi, *Celebrity Endorser* Dan Minat Beli Konsumen.**